

ABSTRAK.

Dengan semakin banyaknya bermunculan mobil-mobil dengan model yang bervariasi dan harga yang bersaing, menyebabkan timbulnya persaingan yang semakin ketat. Bahkan PT."X" mengalami penurunan nilai pendapatan karena konsumen semakin leluasa dalam memilih mobil sesuai dengan selera dan kemampuan ekonominya.

Agar dapat bertahan dalam situasi persaingan itu, maka perusahaan dituntut untuk bekerja secara efektif dan efisien dalam menjalankan usahanya untuk mendapatkan profit yang maksimal. Untuk itu perusahaan perlu menganalisis para pelanggannya secara cermat. Melalui *Customer Profitability Analysis* (CPA) dengan teknik *Activity Based Costing* (ABC), perusahaan dapat menghitung biaya-biaya yang harus dibebankan ke pelanggan dengan tepat (menggunakan ABC) sehingga akhirnya manajer dapat menghitung profitabilitas setiap pelanggan tersebut, serta dapat diketahui manakah pelanggan yang menguntungkan (*profitable*) dan manakah pelanggan yang tidak menguntungkan (*unprofitable*). Setelah manajer mengetahui siapa saja pelanggan yang menguntungkan dan yang tidak menguntungkan diharapkan manajer dapat memperbaiki kondisi yang ada sehingga akhirnya dapat meningkatkan laba perusahaan. Untuk pelanggan yang menguntungkan diusahakan dapat ditingkatkan lagi, sedangkan untuk pelanggan yang tidak menguntungkan diusahakan dapat diubah menjadi pelanggan yang menguntungkan, bukan "memecatnya" karena tidak menutup kemungkinan pelanggan tersebut dapat berubah menjadi pelanggan yang menguntungkan. Pengetahuan mengenai profitabilitas pelanggan ini merupakan hal yang penting untuk menerapkan strategi yang tepat untuk masing-masing tipe pelanggan.

Dalam skripsi ini, CPA digunakan sebagai alat bantu bagi manajemen dalam mengendalikan biaya pelanggan. Dari hasil CPA yang dilakukan atas pelanggan PT."X" dapat diketahui bahwa pelanggan yang kurang menguntungkan disebabkan oleh besarnya biaya pelayanan PT."X" yang dikonsumsi oleh pelanggan tersebut. Untuk meningkatkan profitabilitas pelanggan, PT."X" harus dapat mengendalikan besarnya biaya pelanggan dengan cara mengefisienkan aktivitas pelayanan kepada pelanggan dengan tetap mengutamakan kepuasan pelanggan.